

PRÁCTICA 2: MAGAZINE TV

1. Investigación.

En lo referente al apartado de la investigación, nuestro equipo se ha basado en distintos métodos para ello. En primera instancia, un método de investigación conceptual, la cual nos ha permitido una aproximación a los diferentes temas que queríamos abordar en nuestra práctica. En nuestro caso, el tema principal tratado es la crisis interna manifestada en Irán, viéndose agravada en los últimos años. Para informarnos sobre el tema, hemos visitado diferentes páginas webs y leído varios artículos, pertenecientes a periódicos, revistas, ensayos...

Nuestra investigación contiene también un análisis más televisivo. Es decir, entrevistas a diferentes expertos, imágenes y vídeos representativos sobre el contenido que se esté tratando en dicho momento. Comenzamos aportando cierto contexto sobre el tema a tratar para la audiencia, para que así, desde el primer momento, tengan cierto conocimiento sobre la materia, aportando así noticias sobre el tema de dicho programa, esto, tendría un minutaje de máximo 8 minutos. Más tarde, en cuanto a las entrevistas, habíamos pensado en varios nombres, como por ejemplo Simon Mabon, profesor de Relaciones Internacionales en la Universidad de Lancaster, director del Richardson Institute e investigador asociado en el Foreign Policy Centre; autor de *The Struggle For Supremacy: Saudi Arabia and Iran* (Cambridge University Press, 2023). El apartado de entrevistas lo consideramos muy importante en nuestro programa, con el propósito de aportar contexto a nuestros espectadores para que puedan integrarse en el tratamiento del tema. Dicha entrevista, la cual normalmente será a un experto del tema que toque, tendría un minutaje aproximado de 30 minutos, intercalando las respuestas del entrevistado con fotografías y vídeos que estén relacionados con lo que esté respondiendo el especializado en el tema.

2. Título del programa:

¿Teléfono rojo? Volamos hacia Teherán (la ciudad cambiaría en cada programa en función del conflicto a tratar)

3. Storyline:

Teléfono Rojo tiene la intención de ser un programa divulgativo, pero alejado del tono de otros programas televisivos de entretenimiento. Para tratar temas complejos como los que habitan la actualidad internacional, creemos que es imprescindible adoptar un ritmo más lento que el del programa televisivo promedio. Por eso, Teléfono Rojo será un espacio de cerca de 1 hora y media en el que se analicen de manera accesible pero profunda los conflictos internacionales actuales. Los conflictos serán explicados con detalle por un experto de la materia, y luego se pasará a otras secciones como entrevistas, debates... siempre con invitados cualificados e involucrados en la temática que se esté tratando. En definitiva, debe

ser un espacio que no esté marcado por los clichés que en teoría interesan al público joven (inmediatez, superficialidad, influencers, RRSS), porque creemos que buena parte de los jóvenes está preparada para disfrutar un contenido más serio y complejo.

4. Sinopsis:

El objetivo principal del programa será acercar a la audiencia un tema de actualidad internacional diferente en cada entrega, que presente de manera asequible los conflictos, con un ritmo más pausado que los programas de categoría similar. El fin último es que la audiencia no especializada en conflictos internacionales pueda comprender a grandes rasgos estos conflictos, que a menudo pueden ser confusos o remontarse a muchos siglos de historia, inabarcables a veces para una audiencia casual. La periodicidad del programa sería semanal (1 programa por semana), de septiembre a mayo. La duración sería cercana a 1 hora.

Los programas constarían de **3 bloques**: En el **primero**, el presentador (para el que se buscaría un perfil cualificado en la materia) explicaría de manera didáctica y amena el contexto histórico del conflicto, con la posibilidad de utilizar recursos como mapas. Siempre, se despediría el bloque con una recomendación cultural (cinematográfica, literaria, etc.) acerca del tema tratado. El **segundo** bloque consistiría en un debate entre expertos en la materia, o una entrevista cara a cara con alguien involucrado con el conflicto (activista, voluntario, etc.). Para cerrar el programa un **tercer** bloque, un gag con tono de humor satírico, pondría de relieve las contradicciones e incongruencias de las RRSS, serviría de editorial. La editorial no necesariamente debe tener una carga política concreta (izquierda-derecha), pero sí una clara apuesta por el respeto a los DDHH en los conflictos internacionales.

Ejemplos de profesionales que podrían contemplarse para el programa podrían ser: Gervasio Sánchez en el puesto de presentador. Gervasio es un reputado periodista de guerra español, que si bien no tiene la repercusión de influencers como Ibai, tiene los conocimientos y la experiencia para desarrollar un gran trabajo en el primer bloque del programa. Además, tiene también la capacidad para conectar con la audiencia joven, como demuestra su participación en podcasts orientados a esa audiencia que han obtenido una gran popularidad.

Para la elaboración de contenidos como mapas o guiones, contactaremos al equipo de El Orden Mundial.

Para la recomendación cultural podríamos contar con figuras como Alejandro G. Calvo, crítico de Sensacine, que ha demostrado dominar el lenguaje dentro de los nuevos medios de comunicación con sus video críticas en *Youtube*, así como experiencia en la industria televisiva.

En el bloque de debate, traeremos tanto a intelectuales con menos repercusión en redes como a perfiles que sabemos que conectan bien con una audiencia joven, como son los miembros del proyecto Descifrando la Guerra.

Para el gag humorístico, hemos pensado en humoristas españoles que hayan tratado temas políticos en su carrera. Héctor de Miguel ‘Quequé’, por ejemplo, presenta en la Cadena SER el programa de sátira política Hora Veintipico, pensamos que podría encajar en este papel y adaptarse a distintos formatos de sátira, desde el *stand up*, hasta performance al puro estilo Bo Burnham en *How the World Works*.

Aunque es cierto que no podemos prescindir de las RRSS para la difusión del programa, creemos sinceramente que existe un sector de la audiencia joven que busca productos distanciados de la exageración y el histrionismo abundante en redes, así que nuestra presencia sería con un tono más tranquilo y más natural, pudiendo, por ejemplo, publicar clips del programa o resúmenes cortos de las secciones tratadas.

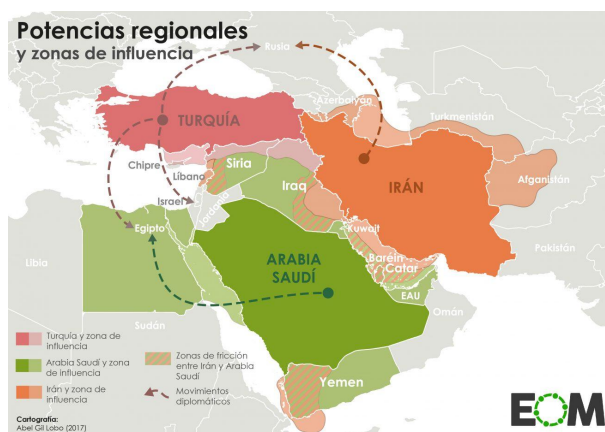
5. Propuesta estética o diseño visual:

De cara al diseño visual del programa nos hemos ceñido a la idea del teléfono rojo, siendo el rojo, el negro y el blanco los colores dominantes en nuestra identidad estética. A la hora de diseñar el logo hemos querido mantener la esencia de la película a la que hacemos referencia con el título, abogando por un diseño más *retro* y alejado del minimalismo predominante en la actualidad.



A nivel escenográfico nos hemos basado en los programas de Jesús Quintero, aunque más acorde a una estética actual y relacionada con la temática del programa, incluyendo pantallas que sirvan como apoyo visual, pero centrando el foco en la mesa como elemento central del programa.

Nos parece importante el uso de mapas de cara a ilustrar los temas de actualidad pertinentes, por ello, como ya hemos mencionado, contaremos con la participación de El Orden Mundial a la hora de elaborarlos expresamente para el programa.



Fuentes

Mabon, S. (2023, abril 10). Irán: Repercusiones regionales de la crisis. *Política Exterior*.
<https://www.politicaexterior.com/articulo/iran-repercusiones-regionales-de-la-crisis/>

Quintero, J. (2006). En *El Loco de la Colina*.
https://www.youtube.com/watch?v=8AgVfGkAD1w&ab_channel=ManuelTorre

Burnham, B. (2021). *Bo Burnham: Inside*. Netflix.
<https://youtu.be/oDQXFNWuZj8?si=Gg2q235srBByPs0o>

Lobo, A. G. (2017). *Las potencias regionales de Oriente Próximo* [Map]. *El Orden Mundial*.
<https://elordenmundial.com/mapas-y-graficos/las-potencias-oriente-proximo/>

Kubrick, S. (1964). *¿Teléfono Rojo? Volamos hacia Moscú*. Columbia Pictures.